

# Baromètre du Lin 2021



## Le Lin européen promis à un bel avenir mondial

**La Confédération Européenne du Lin et du Chanvre - CELC révèle les résultats enthousiasmants de son Baromètre du Lin 2021. Réalisée avec le concours de l'Observatoire économique de l'Institut Français de la Mode, cette enquête mesure l'attractivité de la fibre et les intentions d'achats du grand public dans les prochains mois.**

**Elle a été réalisée auprès de 6 600 consommateurs répartis dans 6 pays : la France, l'Italie, le Royaume-Uni et les États-Unis, marchés auxquels s'ajoutent la Chine et l'Inde pour la première fois. Dans chaque pays, 1 100 consommateurs de plus de 18 ans ont été interrogés. Tous se révèlent particulièrement sensibles à la fibre végétale à travers leurs réponses. Décryptage de cette étude qui renforce les perspectives de développement du Lin européen à l'échelle mondiale.**

## Contexte conjoncturel

La situation sanitaire depuis le début de l'année 2020 ayant bouleversé beaucoup de certitudes, de comportements d'achats et d'habitudes de consommation, il était important pour la CELC de prendre le pouls du grand public à propos de ses futurs achats textiles.

Sur le plan économique, aucun marché textile-habillement n'a été épargné au sens large par la crise. **Cependant, les prévisions d'achat de vêtements en lin sont rassurantes.** On note, par exemple, que **le style demeure LE critère décisionnaire d'achat en France. Au Royaume-Uni et en Italie, c'est le prix. La qualité du tissu est également déterminante pour les Italiens.**

En mode comme en ameublement, les achats Lin seront motivés par **la légèreté et le confort de la matière en France**, par **sa fraîcheur en Italie et en Chine**, ainsi que **le style des modèles proposés en France, au Royaume-Uni et en Inde.**

## Fibre naturelle par essence, le Lin a la cote en mode comme en déco !

**Les derniers mois ont accéléré les prises de conscience. Entre 69,5% (Britanniques) et 84,4% (Italiens) des personnes interrogées, indiquent qu'elles privilégieront les fibres naturelles dans leurs achats de vêtements en 2021.** La tendance se vérifie également dans l'univers de la maison, bien que l'orientation soit moins nette.

### Mode

En France et en Chine, dans l'habillement, le Lin arrive au 2e rang des matières les plus souvent citées comme matières préférées, derrière le coton qui jouit d'un leadership mondial. En Chine, c'est même 1 personne sur 5 qui l'indique comme sa matière préférée. Et en Inde, où la soie trame les saris depuis des siècles, c'est 1 consommateur sur 10 qui choisit le Lin comme fibre favorite.

### Déco

Dans la déco, le Lin occupe également la 2e place dans le palmarès des matières préférées. En Chine, il est même le favori d'1 personne sur 4.

**Ces faveurs accordées à la plus noble des fibres végétales s'expliquent aisément par ses valeurs écoresponsables qui répondent intrinsèquement aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui (production responsable et traçabilité).**

## Mode

Comme évoqué précédemment, ce sont 2 consommateurs sur 3 au minimum – entre les Britanniques à 69,5% et les Italiens à 84,4% –, qui ont l'intention de favoriser les matières naturelles dans leurs achats d'habillement en 2021.

## Déco

En ameublement, la tendance aux matières naturelles est moins nette que dans la mode. Mais l'Italie, la France et la Chine les plébisciteront tout de même largement dans leur consommation au cours des 12 prochains mois.

## Image et connaissance du Lin

### Mode

Les consommateurs européens et indiens associent la fibre de Lin à une chemise, puis à une robe d'été (surtout en Italie). Sa perception est quelque peu différente en Chine où on la rapproche avant tout d'une veste. En Inde, il est intéressant de noter que le kurta – vêtement traditionnel unisexe type chemise qui descend jusqu'aux genoux –, est associé au Lin dans près de 1 réponse sur 5.

### Déco

En ameublement, Italiens et Britanniques rapprochent le Lin des draps de lit, tandis qu'Américains, Chinois, Français et Indiens, l'associent à des rideaux. Les peuples asiatiques l'associent également au sofa ou canapé. Pour les consommateurs occidentaux, le linge de table est lié à cette fibre en 3e option.

Pour ce qui est de la connaissance de la matière, les Italiens s'avèrent les meilleurs élèves : 88,4% d'entre eux identifient le Lin comme une fibre naturelle d'origine végétale, suivis des Français (85%), des Chinois (81,1%) et des Britanniques (70,9%). Un Américain sur quatre (25,8%) et un Indien sur cinq (20,4%) pensent qu'il s'agit d'une fibre animale ! Cependant, les Indiens (84,5%) et les Américains (74,2%) sont ceux qui localisent le mieux sa culture en Europe.

Entre les Italiens (68,1%) et les Britanniques (51%), les six panels considèrent le Lin comme une fibre haut de gamme dont le prix des articles est plus élevé.

Pour 94,2% des Indiens et 92,4% des Chinois, cette différence est parfaitement justifiée.

Elle l'est également pour 88,2% des Italiens, 75% des Américains et des Français, et 69,1% des Britanniques.

## Consommation & écoresponsabilité

**En mode comme en ameublement, les critères qui poussent à acheter un produit en Lin « responsable » sont basés sur l'impact environnemental du tissu – en particulier pour les consommateurs chinois – et une production respectueuse de l'environnement pour les Italiens, les Chinois et les Indiens.**

80% des personnes interrogées au Royaume-Uni, 85% aux Etats-Unis et 89% en France se disent absolument intéressés par le fait d'avoir des informations sur la traçabilité environnementale ou sociale du produit.

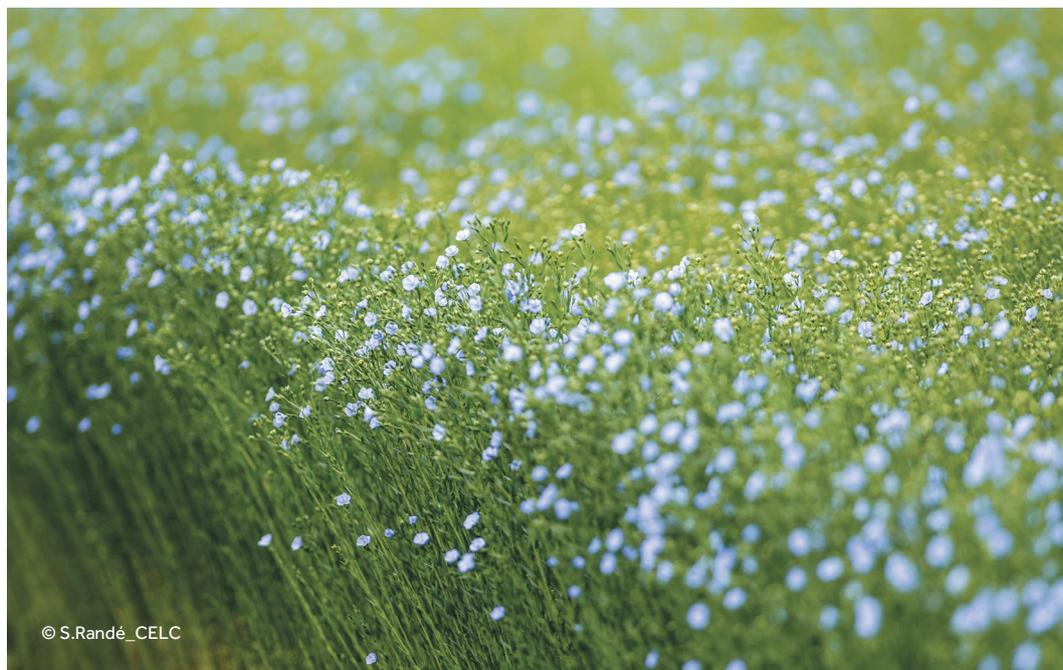
A titre de comparaison, 96% des Chinois et 97,6% des Indiens souhaitent des informations sur la Responsabilité Sociale des Entreprises réalisant les produits qu'ils achètent !

## Une fibre végétale vertueuse, désirable et créative

**Le Lin est perçu comme une matière particulièrement respectueuse de l'environnement, avec un faible impact et une traçabilité parfaitement claire.**

Ainsi, les 6 marchés interrogés livrent des signaux forts en faveur de la plus ancienne des fibres végétales. En France par exemple, 48,6% des personnes prévoient d'acheter des vêtements composés de Lin en 2021.

De par ses multiples qualités naturelles, sa culture à proximité et son comportement résistant à l'usage, le Lin répond aux exigences actuelles des consommateurs. C'est une fibre engagée à résonance mondiale, une fibre végétale naturellement emblématique.



« Les résultats de ce Baromètre du Lin 2021 offrent de nouvelles perspectives sur de vastes marchés qui, pour certains, sont appelés à devenir très stratégiques, se réjouit Marie-Emmanuelle Belzung, déléguée générale de la Confédération Européenne du Lin et du Chanvre. De par leurs longues traditions textiles dans d'autres secteurs ou matières, on perçoit de la part de ces pays à fort potentiel de croissance une oreille attentive à l'origine et à la culture du Lin européen et de l'utilité de sa certification European Flax®. Ce terreau favorable doit absolument être cultivé et accompagné d'actions ciblées de marketing et de développement en partenariat avec la distribution mode et maison. »

Marie Emmanuelle BELZUNG, Déléguée Générale CELC

**La filière Lin est devenue une industrie agro-créative qui promet un bel et vaste avenir mondial à sa fibre millénaire.**

**En d'autres mots, le Lin est la fibre de demain !**

# À propos de la Confédération Européenne du Lin et du chanvre | CELC

**L'Europe de l'Ouest est le premier producteur mondial de Lin fibre :**

La France, la Belgique et les Pays-Bas en assurent 80% de la production !

Unique organisation européenne agro-industrielle à regrouper et fédérer tous les stades de production et de transformation du Lin et du Chanvre – soit 10 000 entreprises dans 14 pays de l'Europe – ; la CELC anime une filière d'excellence dans un contexte mondialisé.

Une mission fondée sur les qualités innovantes et environnementale de ses fibres, garanties par les marques de traçabilité EUROPEAN FLAX® et MASTERS OF LINEN®, et promues auprès des professionnels et des consommateurs grâce à la campagne de promotion J'AIME LE LIN.

## Contacts CELC

---

### LINEN DREAM LAB® PARIS

Directrice Communication

Odile Idkowiak

T : +33 (0)6 89 42 14 17

[odile.idkowiak@europeanflax.com](mailto:odile.idkowiak@europeanflax.com)

[www.europeanflax.com](http://www.europeanflax.com)

### ITALIE ELEMENTI MODA

Ornella Bignami

T : +39 (0)2 55 18 17 83

[el.moda@elementimoda.it](mailto:el.moda@elementimoda.it)

### UK GGHQ

Gill Gledhill

T : +44 (0)2 072 500 589

[gill@gghq.co.uk](mailto:gill@gghq.co.uk)

### ALLEMAGNE Agence franco-allemande W30

Eva Passmann

T : +49(0)221 13 05 09 05

[e.passmann@imf-promosalons.de](mailto:e.passmann@imf-promosalons.de)

[www.w30digital.com](http://www.w30digital.com)

## Services de Presse

---

### Déco & Art de vivre France

#### 14 SEPTEMBRE

Emilie Reboul

M : +33 6 11 34 18 16

[emilireboul@14septembre.fr](mailto:emilireboul@14septembre.fr)

### Mode France & International

#### 2e BUREAU

Sylvie Grumbach | Hugo Howlett | Marie-Laure Girardon

M : +33 6 18 08 10 55

[celc@2e-bureau.com](mailto:celc@2e-bureau.com)



@WEARELINEN

@CELC\_FLAXHEMP